

# Valoración turística empresarial del primer trimestre de 2024 tras la Semana Santa, perspectivas para el segundo trimestre y el conjunto de 2024

COMUNICADO DE PRENSA – Madrid, 16 de abril de 2024

## Valoración turística empresarial del primer trimestre de 2024

- ✓ El sector turístico español mantiene en el inicio de 2024 el positivo desempeño con el que concluyó 2023, registrando un notable crecimiento interanual de la actividad turística del +13,8% nominal en el Itr (+8,9% real), creciendo muy por encima del comportamiento real de la economía española (+1,8% real) y ejerciendo de su principal impulsor.
- ✓ El positivo inicio de 2024 se manifiesta en un crecimiento del +12,4% en las ventas de las empresas turísticas españolas, algo por debajo del aumento de la actividad por el tirón del alquiler de viviendas y el uso de las propias o de familiares y amigos. Los sectores que más tiran son las compañías de alquiler de coches (+24,8%), transporte de pasajeros (+15,6%), ocio (+16,0%) y alojamiento (12,7%), en un contexto de moderación del aumento de los precios (+5,9%), acorde a la normalización del mercado.
- ✓ La Semana Santa se cierra peor de lo esperado, con un crecimiento del +4,1% de las ventas de las empresas turísticas españolas respecto a la de 2023, afectada por la falta de la venta de último minuto, desalentada por las malas condiciones meteorológicas.
- ✓ Las empresas turísticas mantienen su compromiso con la creación de un mayor y un mejor empleo en 2024 (en marzo el número de afiliados en ramas turísticas se situaba un +5,3% por encima de marzo de 2023, lo que supone 106 mil empleados más). El nuevo empleo turístico se concentra en contratos indefinidos (96,8% del total), prevaleciendo los de a tiempo completo (55,6%, 57 mil), frente a los fijos discontinuos (16,2%, 16 mil) y fijos a tiempo parcial (25,0%, 25 mil), mientras los nuevos contratos temporales apenas crecen en 3 mil.
- ✓ La demanda extranjera hacia España se erige como el principal dinamizador de las ventas del sector turístico español en los primeros meses del 2024, caracterizado por un fuerte aumento del gasto en destino (+25,7%), cada vez más impulsado por un aumento de la afluencia (turistas +15,6% y pernoctaciones +18,7%), mientras el gasto medio diario en destino ralentiza su crecimiento hasta el +5,9%, en la línea con el aumento de los precios.
- ✓ Los grandes mercados europeos (el británico +14,9% en pernoctaciones hoteleras ene-feb 2024vs2023, el irlandés +24,6%, la recuperación del alemán +9,3%, los nórdicos +9,1%, Holanda 19,6% e Italia +9,1%), el mercado polaco (+29,2%), junto con la larga distancia americana (EE.UU. +17,7% y los mercados latinoamericanos +16,5%), y la rápida recuperación de los asiáticos, con China a la cabeza (ya por encima de los valores de 2019), explican el fuerte aumento de la demanda extranjera en España
- ✓ La demanda turística española consolida en el inicio de 2024 los síntomas de normalización en su consumo turístico (las noches en alojamientos reglados suben el +1,1%, en hoteles el +1,5% y el gasto turístico un +2,6% vs 2023). Se mantiene el fuerte aumento de la movilidad de los españoles, especialmente impulsados en la Península por la oferta de los nuevos operadores de alta velocidad ferroviaria (los pasajeros crecen un +31,3% interanual en el acumulado de ene-feb), así como reflejado en los registros de pasajeros en autobuses interurbanos (+20,7%) y, en menor medida, en los vuelos interiores (+7,9%).
- ✓ La Comunidad Valenciana (+23,5% Itr 2024 vs 2023), Andalucía (+18,1%) Murcia (+16,7%), Canarias (+12,4%), Asturias (+14,7%) y Madrid (+13,2%) lideran los crecimientos de ingresos turísticos en el inicio de 2024.
- ✓ El inicio de 2024 ha sido testigo de un nuevo crecimiento desbocado de las viviendas turísticas en los principales destinos turísticos españoles (el aumento en plazas en las 25 principales ciudades es de más de 60 mil vs 2023; +19,7%, hasta alcanzar las 376 mil plazas), superando los niveles previos a la pandemia. La mayor parte de ciudades comparte este aumento siendo el principal causante del rechazo ciudadano al turismo, por su impacto sobre el acceso a la vivienda, las molestias vecinales, la masificación y banalización de los barrios más emblemáticos.

## Perspectivas para el segundo trimestre y el conjunto de 2024

- ✓ A expensas de la evolución de la escalada del conflicto actual en Oriente próximo, los empresarios turísticos españoles descuentan al día de hoy, una normalización de los ritmos de crecimiento en el segundo trimestre de 2024 (esperan un aumento interanual de sus ventas del +6,1% de media de abril a junio), con una positiva traslación a la creación de empleo (el 46,7% de las empresas del sector turístico español tienen previsto generar nuevas contrataciones en el II Tr).
- ✓ Las empresas de transportes de pasajeros (+8,7% ventas IIT24 vs IIT23), hoteles urbanos (+7,8% ventas IIT24 vs IIT23) y museos y monumentos (+8,9% ventas IIT24 vs IIT23), revelan las mejores expectativas para el II Tr, derivado de la elevada intención viajera en Europa y el largo radio hacia España, junto con el mejor desempeño previsto del turismo de negocios. Hoteles de costas (+5,1%) y empresas de alquiler de coches (+6,6%) junto a campos de golf (+5,6% IIT24 vs IIT23) y parques de ocio (+4,5% IIT24 vs IIT23), descuentan un buen segundo trimestre, aunque a ritmos de aumento de sus ventas más moderados, mientras las agencias de viajes (+5,1%) confían en un mejor segundo trimestre, tras la falta de venta de última hora de la Semana Santa.
- ✓ Los destinos vacacionales de demanda europea (litoral andaluz +8,7% en ventas del II Tr de 2024 vs II Tr de 2023, valenciano +13,6% y murciano +5,8%, Canarias +8,5%, y Baleares +6,0%) y principales ciudades (andaluzas +12,2%, Madrid +8,2%, Barcelona +7,6%, ciudades valencianas +7,2% y vascas +5,1%) lideran las expectativas para el IIT de 2024. Todos ellos favorecidos por la elevada

intención de viaje de la demanda extranjera y la apuesta de los operadores turísticos por los destinos españoles, junto a la fortaleza del largo radio en los destinos urbanos más internacionales y el buen desempeño esperado del turismo cultural, MICE y de negocios.

- ✓ Mantenemos nuestra previsión de evolución del PIB turístico durante 2024 en un crecimiento del +8,6% en términos corrientes sobre los niveles de 2023 (+4,6% en constantes, eliminando el efecto de los precios), tras confirmar el primer trimestre las previsiones que manejábamos en enero. Con ello, estimamos que el PIB Turístico en España supere por primera vez en la historia los 200 mil millones de € (202.651 mlls €), hasta alcanzar una participación en la economía española del 13,3%.
- ✓ Con el crecimiento estimado del +4,6% del PIB Turístico en términos reales para 2024, el sector turístico volverá a ejercer del principal motor de la economía española, al crecer casi tres veces que lo que hoy estima para ésta el Banco de España (+1,9%), por lo que aportaría el 35,4% del crecimiento real de la economía española en el año 2024.

## REFLEXIONES Y SUGERENCIAS DE POLÍTICA TURÍSTICA PARA LA LEGISLATURA:

### A.- Nuevas aspiraciones y planteamientos para crecer turísticamente de manera más sostenible

A expensas de como termine el recrudescido conflicto en Oriente Medio, el turismo seguirá siendo pilar clave de la economía y empleo en España en el 2024, aportando el 35,4% del crecimiento del total de nuestra economía. Un crecimiento que, como ya anticipamos y debatimos en el pasado Foro de EXCELTUR de enero 2024, precisamente titulado **“Propósito y compromiso: hacia el turismo que todos queremos”**, cada día más se debe conciliar con la capacidad y la necesidad de traducir cualquier crecimiento de la actividad turística en la mejor distribución de renta generada en los destinos, que permita inducir el mayor bienestar social posible para sus residentes.

Retos que deben **superar cualquier paradigma de gestión, que prime el objetivo de crecer por crecer meramente en afluencia, versus por valor añadido o caer en falsas autocomplacencias políticas, tratando de desinhibirse de abordar los desafíos estructurales aún vigentes, ante la nueva coyuntura favorable, tratando de asumir que el turismo va solo.** Retos exigidos por los residentes, que, si bien beneficiados por el turismo, reclaman una mejor relación entre sus efectos positivos y sus externalidades, que eleve su calidad de vida a nivel local.

Es decir, impulsar estrategias y modelos de gestión que, entre otros, eviten crecimientos turísticos excesivos y/o desordenados, regidos por una visión a corto plazo. Todo ello, bajo unos compromisos de los actores públicos, privados que integran la heterogénea cadena de valor turística en pro de un **sector responsable, comprometido y con el mayor propósito “EL TURISMO QUE TODOS QUEREMOS”** que, contemple:

- a) **Las crecientes exigencias ciudadanas** y regulaciones del capital natural/biodiversidad y circularidad que inciden sobre los destinos vacacionales y urbanos, **para aliviar la saturación de espacios, servicios e infraestructuras**, con estrategias de desarrollo, socialmente más aceptables y sostenibles.
- b) **Una movilidad turística donde el transporte colectivo y los servicios de movilidad compartida, sean prioritarios** con el firme compromiso de todos esos medios de transporte en la renovación por los equipos más eficientes y sostenibles, incluidos las LLAA con su fuerte apuesta adicional por el SAF.
- c) **Los profundos cambios en los hábitos de los visitantes, que influyen en sus actitudes vitales** y las de los residentes, sobre la deseable capacidad de éstos de brindar su mejor acogida al turista. En síntesis, nuevas estrategias, tanto para procurar el disfrute más experiencial de su viaje por el turista y la mayor reconexión con sus valores, **salvaguardando a su vez, las identidades diferenciales del entorno, cultura y ciudadanía en los destinos.**
- d) **El creciente rechazo ciudadano ante la cada día más difícil coexistencia y convivencia entre turistas y residentes en ciertos destinos desbordados, ante el perturbador crecimiento sin control de las viviendas turísticas** con todas las externalidades negativas que crean.
- e) **La madurez, bordeando la obsolescencia de su oferta y entorno, en la que aún se encuentran algunos destinos pioneros claves, y principal sostén del segmento del sol y playa,** que requieren de grandes transformaciones competitivas, con una notable y prioritaria dotación de fondos públicos y estímulos para la inversión privada.
- f) **Una mejora en la capacidad de atraer y retener el mejor talento a todos los niveles profesionales,** bajo unas condiciones de contratación que brinden las mejores propuestas, no solo económicas, sino del salario emocional, **que permita elevar la imagen y el sentimiento de pertenencia al sector.**
- g) **La capacidad de articular una verdadera y recíprocamente más comprometida, gobernanza público-privada en las diversas instituciones y ámbitos de gestión turística,** capaces de llevar a término la nueva visión, políticas turísticas y coinversiones, que precisa el gradual reposicionamiento turístico en muchos destinos, para competir y crecer con el mayor valor añadido y con el mejor reconocimiento y aceptación ciudadana.

## B.- 6 sugerencias a abordar, favorecidas por el buen arranque turístico de la legislatura

De nuevo a expensas de la evolución de la escalada del conflicto en Oriente Medio, nos reiteramos una vez más en la sugerencia que el ministro de Industria y Turismo y la nueva Sª de Estado, puedan abordar y liderar en este favorable arranque y previsto buen cierre del ejercicio, una nueva visión y coordinación de las Políticas turísticas más aconsejables, que a distintos niveles de las administraciones publicas inciden sobre el turismo español. Es decir, impulsar la hoja de ruta a medio plazo para el sector, que permita consensuar/coordinar el mayor número de iniciativas intergubernamentales e interinstitucionales con los mayores recursos y sinergias públicas y privadas.

Ello permitiría además reforzar el reconocimiento político y del gobierno a todos los niveles, sobre la importancia estratégica de un sector clave para España, que no camina solo y que hay que apoyar y coordinar con visión de Estado, ante los crecientes retos socioeconómicos cada día más globales y complejos que se avecinan. Con ello y con una visión más transversal de medio plazo sentimos se consolidaría a su vez, una mayor influencia y autoridad fáctica del Ministerio/ Sª de Estado en el seno del Gobierno, para comprometer actuaciones que propicien el deseable reposicionamiento competitivo de muchas empresas y destinos turísticos. Una transición hacia modelos y escenarios más sostenibles de crecimiento y de respeto por unos valores e identidades locales, coincidentes con las aspiraciones de sus residentes.

### EN ESE SENTIDO NOS PERMITIMOS SUGERIR Y REITERAR COMO PRIORIDADES DE ACTUACIÓN EN ESTE EJERCICIO:

1. **Analizar, sin caer en falsas autocomplacencias que aplacen cualquier mejora competitiva, el crecimiento imprevisto de afluencia, ante potenciales desvíos turísticos, de recrudescerse el actual conflicto en Oriente Medio, dadas las seguridades que ofrece España.**
2. **Nuestro mayor respaldo, tras la inanición de las diversas legislaturas anteriores (regidas todas ellas por los 2 principales partidos), a la reciente iniciativa del Gobierno (Ministerio de la Vivienda), para resolver las múltiples perturbaciones sociales (entre ellas, pero no exclusivamente, el difícil acceso a la vivienda) que genera el descontrolado crecimiento de las Viviendas de Uso Turístico (VUT), buena parte ilegales, a lo largo de los destinos españoles.** Una iniciativa que confiamos concluya en un acuerdo y coordinación generalizada entre Gobierno y las Comunidades Autónomas bajo la visión y convicción común, de erradicar este problema nacional. En síntesis, para promulgar un nuevo paraguas legislativo de carácter estatal, que, ante los vacíos legales existentes, permita regular y empoderar mejor a las CCAA con normativas y procedimientos para atajar el descontrol de las VUT's, e implantar las medidas correctivas/punitivas más exigentes que se hacen cada día más imprescindibles. Es decir, como ya concluyó y se recoge en el Informe REVITUR realizado por EXCELTUR, reformar el marco legal de todas las normativas estatales precisas, para poder atajar sin fisuras un problema nacional que afecta a la sociedad, e injustamente a la reputación turística: **urgimos la pronta celebración de las Conferencias Sectoriales anunciadas por el Gobierno para tratar el tema, como paso a un PACTO DE ESTADO POR LA SOSTENIBILIDAD DEL TURISMO ESPAÑOL.**
3. **Promover desde el propio Ministerio y apoyar las iniciativas/campañas iniciadas por el sector privado, que, con los niveles de compromiso y orientación adecuados, permitan revertir gradualmente el rechazo y denuncias de grupos de opinión pública que, en destinos consolidados, cuestionan desde diversos ángulos, la reputación y el valor del sector para sus residentes.** Ello no solo permitiría recuperar una imagen que mejore, la capacidad de captación de recursos para el sector (más talento, inversiones, prioridad política...), sino que también ayudará como "benchmarking" de las mejores prácticas, a evitar y reconducir algunas políticas públicas y/o practicas del sector privado que pudieran causar alguno de esos rechazos.
4. **Impulsar la necesidad cada día más aconsejable de implantar unos modelos de Gobernanza turística público-privada que, a imagen y semejanza de los ya vigentes en otros grandes países, aseguren la gestión turística más profesionalizada con los mayores compromisos recíprocos aplicables a los organismos adscritos al Mº (TURESPAÑA; SEGITTUR; ICTE ) y sus homónimos en CCAA.** Se trata de asegurar el mayor talento y recursos financieros bajo una estructura jurídica donde a la par que asegurar la mayor eficiencia, se garantice el mejor interés general en la gestión de unos recursos públicos reforzados por los privados. En síntesis, una transición hacia verdaderas entidades público-privadas como las existentes en múltiples destinos, que en España y muchas CCAA sigue aplazada desde hace años.
5. **Una reasignación más transformadora en términos estructurales/competitivos de los recursos NEXTGEN para el turismo aun sin adjudicar y/o los nuevos que pudieran llegar a préstamo,** para algunas pocas operaciones transversales en destinos pioneros que abarquen diversos territorios. Asimismo, promover la potencial reasignación de recursos de otros ministerios (Fomento, Transición Ecológica, Economía, Exteriores...etc.) aplicables a proyectos de transformación turística como Costas, Intermodalidad, Visados ...etc.
6. **Un replanteamiento y aceleración del proceso de elaboración de la estrategia turística 2030,** que parta de una visión y objetivos mucho más claros y deseables a lograr, con el mejor expertise posible y con una metodología que permita priorizar y pasar de lo abstracto a lo concreto, tras los pertinentes análisis de viabilidad ejecutiva y presupuestaria.